

4.

MÁTYUS IMRE A HÁLÓZATI TÉR MINT AZ ÖNREPREZENTÁCIÓ KONTEXTUSA

Az alábbi fejezetben két alapvető elméleti részt vázolok fel: az információs társadalom (illetve azon belül is két fontosabb megközelítés, a hálózati társadalom, illetve a médiatársadalom) főbb körvonalait. A fejezet második részében az online önreprezentációval kapcsolatos elméleteket és tapasztalatokat összegzem. E két rész összekapcsolása a medialitás, illetve a digitalizáció által kínált önreprezentációs lehetőségek, az aktív médiahasználat kapcsán válik megoldhatóvá. Míg a hálózati társadalommal kapcsolatos elméletek a technológiai és társadalmi kontextust hivatottak felvázolni, addig az online önreprezentációval kapcsolatos kérdések a későbbi elemzések háttérét teremtik meg - elsősorban az individuális gyakorlatok vizsgálatának tükrében. Az individuális önreprezentációk vizsgálatainak tapasztalatai ugyanakkor az alkalmazott stratégiák és a technológiai környezet által lehetővé tett reprezentációs keretek tükrében kivethetőek lesznek a hálózati közösségek, illetve szervezetek önleírásainak értelmezésére is. A médiatartalmak fogyasztásával, illetve kreatív felhasználásával kapcsolatos irodalmak beemelését azért is tartom fontosnak, mert az internet egyre inkább elmosza a személyközi kommunikáció, és a médiatartalmak disztribúciója közötti határt. Ahogyan arra Lev Manovich (2008) is utal, a világháló az elmúlt húsz év során publikációs médiumból egyre inkább kommunikációs médiummá alakult át, és a médiatartalmak beemelődtek a hálózaton folytatott személyközi interakciók terébe.

Az információs társadalommal kapcsolatos elméletek, illetve modellek megalkotói Yonei Masudától (1988), Frank Websteren (1995) át Manuel Castells-ig (2005; 2006) egyaránt rámutatnak arra a változás-együttesre, mely összekapcsolódik a technológiai fejlődéssel - különös tekintettel az infokommunikációs hálózatok fejlődésével és terjedésével - és döntően befolyásolja a társadalmi élet számos szegmensét a hatalom kérdéseitől, a gazdasági szervezetek működésén, a média szerkezetváltásán át, a mindennapi

gyakorlatokig. Az információs társadalom leírásai többnyire az 1960-as évektől vélik felfedezni ezen hatásokat a társadalomban, legmarkánsabban azonban talán a világháló (*World Wide Web*) megjelenése, az internethasználat széleskörű elterjedése tette láthatóvá a változást. Alábbiakban nem az információs társadalommal kapcsolatos diskurzusok széleskörű áttekintése a célom, hanem ezen elméletek két markánsabb típusát, a *hálózati társadalom*, illetve a *médiatársadalom* központi elméleteit igyekszem röviden összefoglalni. E két megközelítés emeli ki talán leghangsúlyosabban a megváltozott kommunikáció-technológiai környezet társadalmi hatásait. A hálózati társadalom, illetve az online önreprezentáció hálózati lehetőségei kapcsán külön hangsúlyt fektetek az online környezet térbeliségének kérdésére. Minderre elsősorban azért lesz szükség, mert a hálózati kommunikációban kialakuló sajátos új közösségformák (*új-, hálózati-, online-, vagy virtuális közösségek*) értelmezése szempontjából kiemelt jelentősége van az interakciók térbeli és időbeli kontextusának. Ezen felül a térbeliség és időbeliség kérdései döntően befolyásolják az egyéni, illetve kollektív identitások kialakításának, fenntartásának rendszerét is. Ahogyan arra többek között Lefebvre (1991) nyomán Harvey (1992), vagy Soja (1996) is rámutat, a térbeli és időbeli tapasztalatok soha nem neutrálisak a társadalom működése szempontjából - a domináns tér- és időszemlélet kihatással van a társadalom szerkezetére és mindennapi praxisaira.

4.1. A HÁLÓZATI TÁRSADALOM

Az információs társadalom teljes körű leírhatóságának nehézségét jól tükrözi azon rokonfogalmak, metaforák csoportja, amelyek mind a XX. század második felében megmutatkozó gazdasági, politikai, társadalmi és kulturális változásokat igyekeznek megragadni más és más hangsúllyal. A *posztindusztriális társadalom* koncepciói elsősorban a gazdaság szerkezeti változásait, az ipari társadalom standardizált, lokalizált tömegtermelésétől való elmozdulást emelik ki. A *tudástársadalomról* szóló diskurzusok az információs (szolgáltató/tercier) szektor dominanciáját, a tudásmunka, a folyamatszervezés, az innováció és az oktatás szerepét

hangsúlyozzák a nyersanyag-, és energiaalapú gondolkodásmóddal szemben. A *hálózati társadalom* metafora elsősorban a hálózati logika általános társadalmi térnyerését, gazdasági és szociális hatásait kísérli meg előtérbe helyezni, és erősen kapcsolódik a világméretű infokommunikációs hálózatok, illetve a globális médiarendszer kialakulásához. A *médiatársadalommal* kapcsolatos megközelítések leginkább médiafogyasztás, a média szerepének megváltozása, és a médiából származó tapasztalatok leírása mentén próbálják leírni korunk társadalmát. Bármely értelmezési keretet válasszuk is azonban a XXI. század elején tapasztalható társadalmi jelenségek, folyamatok értelmezésére, a kommunikációs rendszerek központi szerepe, a térrel és idővel kapcsolatos tapasztalatok átrendeződése minden fenti megközelítésnek részét képezi. Alábbiakban azonban – nyilvánvaló hangsúlyaik okán – elsősorban a hálózati társadalom néhány Castells (2005) által felvázolt vonására, illetve a Hartmann (2007) által tárgyalt médiatársadalomnak (olykor *mediatizált* társadalom) az internettel kapcsolatban jellemzőnek tekinthető tapasztalataira koncentrálok.

4.1.1. Áramlástér és időtlen idő

A *hálózati társadalom* alapvetően Manuel Castells nevéhez kapcsolódó terminusa az információs társadalomról szóló diskurzusokon belül elsősorban arra helyezi a hangsúlyt, hogy korunk társadalmi működését széles körben a hálózati szerveződés és a hálózatokban áramló tőke javak, és információk határozzák meg. Az emberi tevékenység és tapasztalatvilág különböző szegmenseiben tapasztalható változások, melyek a hálózati logika általánossá válása köré szerveződnek, „új társadalmi morfológiát” alakítanak ki (Castells, 2005: 598.). E változások hatásai kiterjednek mind a tér, mind az idő koncepciójára, az ezekkel kapcsolatos gyakorlatokra, és a hozzájuk kapcsolódó hatalmi struktúrákra. A hálózati társadalom Castells (2005) szerint már nem feltétlenül „információs”, hanem „informacionális” - nem pusztán az információ társadalmi szerepét, hanem annak termelékenység-, és hatalombiztosító jellegét helyezi előtérbe. Ahogyan Hartmann írja:

A hangsúly (...) nem magán az információn van, hanem az információ és a kommunikáció áramlásán. Az áramlás kevésbé kiszámítható és irányítható, mint az információ önmagában. Ennek megfelelően változnak a hatalmi struktúrák is. Az egész folyamat a kapitalizmus olyan új formáját rajzolja meg, amely többek között az információs és kommunikációs technológiák elterjedésére és differenciálódására épül (Hartmann, 2007: 53.).

Castells (2005) hálózati társadalom modellje tehát túllép a kapitalizmus korábban tapasztalt keretein, és a különböző hálózatokra (elsősorban pedig az infokommunikációs hálózatokra) úgy tekint, melyek új termelési és hatalmi struktúrákat alakítanak ki, ezzel átformálva a korábbi társadalmi szerveződést. Castells megközelítésében a hálózatok széles körű elterjedéséhez kapcsolódó új gyakorlatok a tér-idő viszonyokat alakítanak ki, melyek középpontjában szintén a különböző áramlások állnak. A távolságok leküzdhetőségéből, az információáramlás felgyorsulásából, és a globális pénzpiac kialakulásából egy újfajta térszemlélet fejlődik ki: az *áramlások tere* (illetve *áramlás-tér*) nem a térbeliség korlátai között, hanem azok felülírásával, folyamatos átlépésével, jelentéscsökkenésével kapcsolódik össze. Castells azonban arra is felhívja a figyelmet, hogy a hagyományos térkonceptiókon kívüli térfelfogás elsősorban az új menedzser elit számára jelent napi tapasztalatot, akiknek mindennapi életét nem feltétlenül befolyásolja az épp aktuális földrajzi lokalizálhatóság. Ugyanakkor a hálózati társadalom túlnyomó többsége számára a domináns térszerkezet továbbra is a *helyek tere* marad, a hagyományos materiális környezet meghatározó, strukturáló jellegével (Castells, 2005).

A társadalom térbeli meghatározottságának változása emellett az időtényező megváltozását is magával vonja. Castells az áramlások téréhez kapcsolódva *időtlen idő*ről beszél, melyben a temporális dimenzió legfontosabb szakasza mindig a jelen, a most. A szerző számos, a társadalom időbeli meghatározottságával kapcsolatos változást emel ki ennek szemléltetésére a munkaidő átstrukturálódásától, a rugalmas munkaidő kialakulásától kezdve a biológiai idő kényszerítő jellegének csökkenésén át (például az egészségügyi ellátás fejlődése által elérhető, meghosszabbodott élettartam és produktivitás), a globális információs hálózatok által lehetővé tett „azonnaliság”, egyidejűség, a *virtuális idő* megmutatkozásáig. Fontos azonban hozzátenni - ahogyan azt Castells maga is hangsúlyozza:

Az időtlen idő az áramlások teréhez tartozik, míg az idő fegyelme, a biológiai idő, és a társadalmilag meghatározott sorrendalkotás, ami materiálisan hozzájárul a tagolt társadalmak felépítéséhez és lebontásához, az egyes helyekre jellemző szerte a világon (Castells, 2005: 595.).

A hálózati társadalomban feltételezett áramlástér és időtlen idő maga is „a társadalmi átrendeződés, az újonnan létrejövő társadalmi formák és az információs technológiai paradigma kombinált hatása” alatt jön létre, mely azonban nem pusztán a technológiai determinizmus kivetítődése (Castells, 2005: 494.). Az áramlások tere a termelési folyamatokban dominánssá vált áramlások térbeli leképeződését hivatott megjeleníteni, ugyanakkor nem pusztán a materiális tér átrendeződését (például új high-tech termelési területek, gócpontok, vagy globális városok) kialakulását foglalja magában, hanem arra a tapasztalatra is referál, hogy a munkavégzés, az alkotás tevékenysége, vagy éppen a szociális élet egyre inkább függetlenedik a térbeli kötöttségektől. Az áramlástér a fizikai tér szerepének másodlagossá tételével épp a folyamatosságot, a befejezetlenséget, a fizikai kötöttségek áthidalhatóságát emeli ki a hálózati társadalom jellemző élményei közül. Az időtlen idő ezzel összefüggésben a hagyományos időparadigma felszámolását kezdi meg, és az idő folyamat-jellegének relatív szemléletét, a „most”-ban, a folyamatos jelen időben meg tapasztalt temporalitást, az idő múlásából eredő kényszerek felszámolását hangsúlyozza. E két fogalom összekapcsolásával Castells Harvey-nak (1992) a posztmodern állapottal kapcsolatos meglátásait emeli be saját értelmezésébe.

Ahogy korábban már utaltam rá, az információs társadalommal kapcsolatos diskurzusok mindegyikében megjelenik a posztmodern állapotra jellemző azon tapasztalat, mely a tér és az idő szerepének átértékelésével kapcsolatos. David Harvey (1992) a *tér-idő összesűritéséről* (*space-time compression*) beszél.

A fogalommal olyan folyamatokat kívánok jelölni, melyek olyan mértékben forradalmasítják a tér és az idő objektív minőségét, hogy - néha egészen radikálisan - meg kell változtatnunk azt a módot, ahogyan a világot reprezentáljuk önmagunk számára. Azért használom a „sűrítés” kifejezést, mert komoly érvek hozhatók fel amellett, hogy a kapitalizmus történetét az élet menetének felgyorsulása jellemzi, s eközben úgy lépjük át a térbeli korlátokat, hogy néha olybá tűnik, mintha a világ ránk omlana (Harvey, 1992: 240).¹

Harvey a tér-idő összesűrítésének élményének kialakulásában a fizikai távolságokat egyre gyorsabban áthidalhatóvá tévő technológiai és gazdasági fejleményeket emeli ki – az utazás, a telekommunikáció technológiai fejlődését, illetve a kapitalista gazdaság folyamatos expanzióra való törekvését (új források, új piacok megszerzése érdekében). Bár a szerző maga még nem világít rá, épp azon területek szerepét emeli ki saját magyarázatában, melyek a hálózati szerveződés legintenzívebb területeiként jelennek meg a hálózati társadalom leírásaiban.

Castells hálózati társadalma voltaképpen a kapitalizmus új formáját írja le, melyben a materiális erőforrások helyett az információk javak és folyamatok egyenlőtlen elosztása képezi a társadalom globális megosztottságát. Ezen megközelítés szerepe elsősorban azért válik fontossá, mert különös hangsúlyt fektet az információgazdaság tényleges ökonómiai szerepnövekedésére és az információs hálózatok szerepére az új társadalmi szerkezetek kialakításában és ellenőrzésében. A hálózatok rugalmassága, átszervezhetősége, az információ feletti kontroll olyan meghatározó alapélményként íródik bele a kortárs társadalom szerkezetébe, amely képes megváltoztatni annak korábbi felépítését.

4.1.2. Valós virtualitás

A hálózati társadalom értelmezését a médiatársadalom értelmezésével összekapcsolhatjuk a *valóságos*, vagy *valósággá vált virtualitás* fogalmán keresztül. A valóság és virtualitás ontológiai problémája

1 Saját fordítás.

ugyan nem kizárólag az információs társadalom sajátja, de különös jelentőséggel esik latba a problémakör tárgyalása az 1990-es években az internet populárisává válása, illetve a cyberpunk irodalomból kölcsönzött *cyberspace* (kibertér) metafora használatba vétele kapcsán. Míg a gibbon-i ihletettséggű *cyberspace*² összeolvasása a világháló valós állapotával nem problémamentes (lásd lentebb), a terminus kifejezetten alkalmasnak bizonyult az online „valóság”, és a fizikailag beágyazott, materiális alapú valóság problémáinak tárgyalására. A virtualitás azonban - ahogyan arra Ropolyi rámutat - nem kapcsolódik kizárólagosan a technológiai eszközök által generált és azok által hozzáférhető „mintha” valósághoz. Ropolyi (2006) mind a premodern, mind pedig a modern kultúrákban kimutatja a virtuális és reális viszonyának problémáját és arra hívja fel a figyelmet, hogy míg a két szféra elválasztása a korábbi korokban bizonyos ismérvek (például a teljesség, tökéletesség, vagy a hatalom) alapján kivitelezhető volt, a posztmodernben a valós és virtuális már nem feltétlenül választható el egymástól. Ebből kiindulva Ropolyi azt is felveti, hogy a valós/virtuális megkülönböztetés felülírására új fogalmat kellene bevezetni, s e szempontból Jean Baudrillard *hiperrealitás* terminusa megfelelőnek tűnik. Baudrillard (1985) a szimuláció és a szimulákrum kapcsán mutat rá arra, hogy a posztmodern (későmodern) társadalomban elmosódik a valós és elképzelt, illetve lehetséges közötti határvonal, s egyfajta hiperrealitás alakul ki. A hiperrealitásban a szimuláció nem helyettesíti vagy elfedi a valóságot, hanem éppen a valóság hiányát igyekszik leplezni különböző szerkezetek, sztereotípiák, fantáziák, „eredetik nélküli másolatok” valóságnak tételezésével. Ezáltal a hiperrealitásban egyre inkább felszámolódik a valóság (és ezzel egyetemben a valótlanosság) kategóriája is. A szimbolikus jelentés nem különül el a valóságtól - azzal egyenértékűvé válik. Castells (2005) valós virtualitása Barthes szemiotikai elméleteiből, illetve Baudrillard hiperrealitásából kiindulva azt hangsúlyozza,

2 A cyberpunk az 1980-as években kialakult alműfaj a science fiction-ön belül, mely jellemzően a nem túl távoli jövő disztópikus vízióit vázolja fel. E műfaj egyik legismertebb képviselője, és stílusteremtője William Gibson, aki először használta írásaiban a *cyberspace* terminust a számítógépek által generált hálózati környezettel kapcsolatban. Bár a kifejezés maga már az 1982-ben publikált „Burning Chrome” (Izzó króm) című novellában megjelenik, széles körben Gibson 1984-ben kiadott regénye, a *Neuromancer* (Neurománc) kapcsán vált ismertté.

hogy a virtualitás terjedése a kortárs kultúrában nem a technológiai fejlődés kizárólagos következménye, hanem egy társadalmi folyamat eredményének érzékelhető válása. A globális infokommunikációs hálózatok kialakulása, az azonnali, szinkron interakció lehetőségének megjelenése olyan rendszert hoz létre,

(...) amelyben maga a valóság (vagyis az emberek anyagi, illetve szimbolikus egzisztenciája) teljes egészében megragadható, beágyazva egy virtuális képi környezetbe, a látszatkeltés és a színlelés világába, amelyben a látszat nem csak a képernyőn jelenik meg, amelyen keresztül a tapasztalatot kommunikáljuk, hanem maga a látszat válik tapasztalattá (Castells, 2005: 490.).

A fenti meghatározás egyértelműen a média és a kommunikációs rendszerek társadalmi hatásait emeli ki a valósághoz való viszonyunkban. A szerző ugyanakkor azt is hozzáteszi, hogy a realitáshoz való közvetlen hozzáférés lehetőségének feltételezése alapvetően hamis elképzelés, hiszen a valósághoz mindig is valamilyen szimbólumokon - elsősorban pedig a nyelv jelrendszerén - keresztül férünk hozzá³. E szemszögből tapasztalataink mindig is mediatizáltak voltak és a valós virtualitás pusztán ezen tapasztalatok kiszélesedését, a felhasznált technológiai rendszerekbe való beágyazódását emeli ki.

4.2. MÉDIATÁRSADALOM

Maren Hartmann (2007) az információs társadalommal kapcsolatos társadalmi és technológiai változások leírásainak egyik fontos vonulataként írja le a *mediatársadalom* terminusához kapcsolódó elméleteket. Ezek az elsősorban a német nyelvterületen jellemző megközelítések az információs társadalom számos vetülete közül elsősorban a média mint kulcsfontosságú társadalmi közvetítő szerepére utalnak. A mediatársadalommal kapcsolatos diskurzusok összekapcsolódnak a *mediatizációról* szóló elméletekkel. (Hart-

3 A valós virtualitás fentiekben tárgyalt kérdése a későbbiekben a virtuális közösségekkel kapcsolatban megfogalmazott, azok „valótlanságát” hangsúlyozó kritikákkal kapcsolatban fontos szerepet kap.)

mann tárgyalásában például olyannyira szervesen kapcsolódik össze a két fogalom, hogy a médiatársadalomra olykor mediatizált társadalomként hivatkozik.) A mediatizáció fogalma elsősorban arra mutat rá, hogy a növekvő médiahasználat, maguknak a médiumoknak a széleskörű társadalmi jelenléte, a belőlük merített tapasztalatok alapvetően befolyásolják a társadalmat. Friedrich Krotz szerint:

Médiumokon olyan technikai eszközöket értünk, amelyeken keresztül, illetve amelyek segítségével az emberek kommunikálnak (...) Ennek következményeként egyre több és egyre komplexebb mediális kommunikációs forma jön létre, és a kommunikáció egyre hosszabb ideig, az élet egyre több területén és egyre több témában a médiumok útján zajlik. (...) Ezt a folyamatot, amely napjainkban a digitális kommunikáció elterjedésében éri el tetőpontját, bár az internettel még korántsem ér véget, társadalmi és kulturális következményeivel együtt a mediatizáció folyamatának nevezzük (Krotz, 2001: 33., idézi Hartmann, 2007: 57).

A mediatizáció társadalmi szerepe nem merül ki abban, hogy a különböző médiatartalmak fogyasztása, a fogyasztás intenzitása megnövekedik. Egyre nagyobb mértékben maguk a médiumok válnak a valóság megtapasztalásának eszközeivé, a tapasztalatok leírásának, reprezentációjának releváns hordozóivá. A médiumok által közvetített és a közvetlen tapasztalatból szerzett tudások közötti különbség egyre inkább elmosódik - hasonlóan a Baudrillard által propagált hiperrealitáshoz vagy Castells valós virtualitásához. A realitás ontológiai elsődlegessége, referencialitása szűnik meg azáltal, hogy a közvetlen tapasztalat helyébe a mediatizált élmény lép. Hartmann (2007) ugyanakkor arra is rámutat, hogy a mediatizált társadalom szempontjából elsődlegessé nem maga a médiafogyasztás, hanem a kommunikáció válik - legyen szó akár a médiáról, a médiában, vagy a médián keresztül folytatott kommunikációról.

Alábbiak szempontjából a médiatársadalom tárgyalása nem csak azért válik fontossá, mert középpontba emeli a média társadalmi szerepének korábban példátlan megnyilvánulását, hanem azért, mert ráirányítja a figyelmet a médiatartalmaknak az értelmezések és reprezentációk aktusaiban betöltött szerepére.

4.2.1. A médiatársadalom tartalomalkotása

A médiatársadalom, illetve a mediális praxisok - elsősorban pedig a rendelkezésre álló médiatartalmak felhasználásának - tárgyalását elsősorban az indokolja, hogy a digitalizáció által fragmentálttá, modulárisrá tett tartalmak az egyéni, illetve kollektív önreprezentációk szempontjából nem pusztán referenciaként, hanem felhasználható, átformálható nyersanyagként is megjelennek (lásd többek között Manovich, 2008; Papacharissi, 2011). Manovich megfogalmazásában, amíg a XX. századi médiafogyasztó döntően az információk, médiatartalmak passzív fogyasztójaként volt feltételezhető, addig a XIX. század alkotó felhasználói (*prosumerei*) „lelkesen imitálják” az általuk preferált médiaformákat (Manovich, 2008). A médiatartalmak felhasználása a személyes preferenciák bemutatásában, illetve az „önleírásokban” azonban nem merül ki pusztán másolásban - a felhasználók a rendelkezésre álló tartalmakat saját, kontextus-érzékeny jelentésekkel ruházzák fel, átalakítják, személyre szabják, remixelik. A médiatartalmak pedig - legyen szó akár textuális, akár vizuális, vagy multimediális tartalmakról - nem maradnak meg a hagyományos mediális keretek között, hanem az információs hálózatok által lehetővé tett személyközi kommunikáció eszközeivé válnak.

A médiáról szóló diskurzusok, illetve a médiatartalmak szerepváltozása összekapcsolható a *médiafogyasztás/médiahasználat* terminológiai kérdésével. Érdemes-e egyáltalán médiafogyasztásról beszélni a XXI. századi médiatársadalomban, tekintve, hogy a médiával kapcsolatos viszony immáron ne korlátozható a passzív fogyasztás feltételezésére? A kérdésre alapvetően kétféle válasz adható.

Egyrészt, ahogyan azt a már a cultural studies szerzői közül többen is leírják, a fogyasztás kulturális szerepe nem merül ki valamilyen termék megszerzésével, birtokba vételével. Willis (1991) például a munkásosztálybeli fiatalok szimbolikus kreativitásának gyakorlatán keresztül rámutat, hogy a megszerzett materiális javak további módosításokon, átalakításokon mennek keresztül annak érdekében, hogy tükrözzék a fogyasztó identitását, csoporthoz való tartozását. Jenkins (1992) a populáris médiatartalmak fogyasztásá-

val kapcsolatban mutat rá arra, hogy a fogyasztás tervezésén, az aktív szelekción túl maga a médiatartalom is aktív, kreatív folyamatok alapanyagává válik. A *fan fiction* (rajongók által írt történetek valamely preferált médiatartalomhoz kapcsolódóan), a *fan art* (rajongók által készített vizuális reprezentációk, melyeken a rajongás tárgyát jelenítik meg), illetve a rajongói csoportok diskurzusai újraértelmezik, újra-kontextualizálják, továbbgondolják az fogyasztott tartalmakat. Ennek fényében a médiafogyasztás eleve aktív folyamatnak feltételezhető.

Másrészt ugyanakkor a „médiafogyasztás” helyett alkalmazható „médiahasználat” nagyobb tudatosságot, a tartalmak feletti nagyobb kontroll lehetőségét sugallja. A médiahasználat terminus alkalmazása a hálózati társadalom médiafogyasztásával kapcsolatban mindenképpen előnyösebbnek tartható, ha a termék-jellegről a médiatartalmak szimbolikus jellegére helyezük a hangsúlyt. A web 2.0, a felhasználók által létrehozott tartalmak jelenléte, a médiaeszközök egyre szélesebb körű integrációja a mindennapi gyakorlatba egyre kevésbé írható le pontosan a fogyasztás koncepciójával. A médiahasználat fogalma kezelhetőbbé teszi a remix, a médiatartalmak által megvalósított kommunikáció (lásd: Manovich, 2008) lehetőségét, illetve nagyobb hangsúlyt helyez a média terének önreprerzentációs terepként való felhasználhatóságára.

A hálózati társadalomban kialakult konvergens kultúra (Jenkins, 2008), vagy digitális kultúra (van Dijk, 2006) elméletei egyaránt felhívják a figyelmet arra, hogy a média, illetve a médiumok által létrehozott tartalmak és narratív formák – mint a közvetlenül meg nem tapasztalható, konszenzuális valósághoz (Babbie, 1998) való hozzáférés eszközei – egyre fontosabbá válnak a hálózati társadalomban, ugyanakkor arra is rámutatnak, hogy a korábbi mediális műfaji határok, tartalmi szerkezetek közötti különbségtétel egyre nehezebbé válik. Erről tanúskodnak többek között az olyan új hibrid műfajok⁴, mint az *infotainment*,

4 Az infotainment, illetve az edutainment kapcsán ugyanakkor felvethető a kérdés, miszerint valóban médiaműfajokról kell-e beszélnünk? Egyáltalán beszélhetünk-e műfajokról a hálózati társadalom digitális médiaáramlataiban, hiszen a média ontológiai bizonytalansága maga is megkérdőjelezi a hagyományos műfaji kánonalakítás fenntarthatóságát.

vagy az *edutainment* megjelenése. Van Dijk (2006) a hagyományos médiatartalmak kapcsán a hagyományos objektív/szubjektív kontextusok felbomlásáról, összemosódásáról beszél. A korábban egymástól elválasztható műfajok, jellegzetességek (mind tartalmi mind formai szempontból) feloldódnak a digitalizációban, és tetszőleges új reprezentációk előállításának alapanyagaivá válnak. Ezen változások azonban - ahogyan arra Jenkins (2008) rámutat - nem korlátozódnak a konvergencia folyamatának technológiai lehetőségeire.

A konvergencia nem médiaalkalmazásokon keresztül jelenik meg - bármilyen bonyolulttá váljanak is azok. A konvergencia az individuális fogyasztók elméjében, és az ő társas interakcióikban jelentkezik. Valamennyien saját személyes mitológiánkat építjük fel azokból az információdarabkákból és töredékekből, melyeket kivonunk a média áramlásából, és olyan nyersanyagokká alakítunk, melyek által fogalmat alkothatunk mindennapi életünkről (Jenkins, 2008: 3-4.).⁵

A konvergens kultúra - fentiek alapján - nem pusztán aktív fogyasztója a médiatartalmaknak, hanem egyre inkább a média által nyújtott kifejezési formák és minták alapján próbálja értelmezni saját magát, illetve a körülvevő világot. Ezen tapasztalat még inkább megerősíti a médiatársadalommal kapcsolatos felvetéseket. A média különösen akkor válik a tapasztalatok elsődleges fontosságú hordozójává, amikor az aktív termelő felhasználók létrehozzák saját online reprezentációikat (legyenek azok közösségi hálózatok profiloldalai, statikus weboldalak, weblogok, vagy online videó-tartalmak).

A konvergens kultúra mediális praxisainak megfigyelhetőségét különösen a web 2.0-ként aposztrofált paradigmaváltás segítette elő. A Dan Gillmor (2004) és Tim O'Reilly (2005) leírásai alapján népszerűvé vált fordulat egyrészt az online tartalomszolgáltatás egy újabb szegmensének kapuit nyitotta meg, másrészt viszont a világhálóval kapcsolatos eredeti elképzeléseket (olvasható/írható web, szemantikus világháló kialakítása) igyekezett valóra váltani.

5 Saját fordítás.

ni. A web 2.0 nem technológiai változás (bár tagadhatatlanul van technológiai vetülete is),⁶ hanem elsősorban szemléletváltás, mely a felhasználók aktív tartalomszolgáltatóvá való tétele, a kollektív intelligencia kiaknázása⁷, a közösségalkotás potenciáljának növekedése és a világháló platformmá válása⁸ mentén írható le. A változások eredménye olyan online szolgáltatások, keretrendszerek létrehozása volt, mely a felhasználók által létrehozott tartalmak mennyiségi expanzióját indította el.

E fejezet szempontjából a web 2.0 jelentősége éppen abban áll, hogy különösebb programozói ismeretek, tapasztalatok nélkül a felhasználók széles köre számára nyújtott lehetőséget saját tartalmak nyilvánosságra hozására. A 2000-es évek derekán kialakuló blogok, fénykép- és videó-megosztó oldalak egyre szélesebb teret nyitottak az egyéni, és kollektív önreprezentációk megjelenítéséhez, és számos olyan, korábban nehezen hozzáférhető *niche piac*, illetve szubkultúra vált „láthatóvá” általuk, melyek korábbi vizsgálata a hozzáférés nehézségei miatt korlátozódott. Az individuumok által indított tematikus blogok szerepe különösen az olyan területeken vált jelentőssé, melyeket amúgy elhanyagoltak a professzionális médiumok. A Linux fejlesztésével, és felhasználásával kapcsolatos egyéni, vagy közösségi tapasztalatok elérhetővé válása is nagymértékben a web 2.0-nak köszönhető.

Hangsúlyozom, hogy megközelítésemben a technológiai, illetve kognitív konvergencia következtében, a hálózati terek átjárhatóságának, összekapcsolhatóságának eredményeképpen a hálózati kommunikációban egyre kevésbé választhatók el egymástól a személyközi kommunikációs aktusok, illetve a mediális (jellegű) praxisok. A blogok, fórumok, videó-megosztó portálok, mikroblogok, közösségi oldalak interakciós terei által kínált interakciós, illetve beágyazási lehetőségek több ponton lehetetlenné teszik a nyilvános és privát tartalmak közötti

6 Bár a dinamikus web 2.0-ás alkalmazások alapját képező alkalmazások (például adatbázis alapú tartalomkezelő rendszerek) már korábban kialakultak, a hatékony felhasználásához mindenképpen szükséges volt a szélessávú internet-hozzáférés elterjedése a 2000-es évek elején.

7 A kollektív intelligencia kiaknázásának egyik sikeres példája a Wikipedia, de a web 2.0 korszakát megelőzően ide sorolható akár a Linux fejlesztési rendszere is.

8 Az informatikában korábban a domináns termelési területet a különböző számítógépes architektúrákra (hardveres platformokra) való szoftvertervezés jelentette. A web 2.0 egyik jellemző következménye, hogy a kötött architektúrára való fejlesztés primátusát felváltotta a rendszer-független hálózati szolgáltatások, és alkalmazások fejlesztése.

különbségtételt. (Ugyanakkor természetesen hozzá kell tennünk, hogy léteznek a személyközi kommunikáció számára fenntartott, deklaráltan interperszonális interakciós eszközök – ilyen az email, az azonnali üzenetküldő (*instant messaging*) szolgáltatások, vagy az SMS – melyek azonban egyre nagyobb mértékben szintén integrálhatók nagyobb rendszerekbe.) A médiumokon keresztül megtapasztalt beszédmódok, diskurzív szerkezetek, reprezentációs minták nagyban befolyásolják a technológiai környezetben létrehozott egyéni, vagy kollektív önreprezentációkat. A közönség (és a belátható elvárások) feltételezése, a „láthatóság / láthatóvá válás” tudata és szándékoltsága, a szerkesztettség megjelenése az online önreprezentációkban a hagyományos interperszonális kommunikációs szituációknál jóval nagyobb mértékű tervezhetőséget és kontroll lehetőséget ad a felhasználók kezébe.

4.3. ÖNREPREZENTÁCIÓ A HÁLÓZATI TEREBEN

Mind a hálózati térben folytatott interakciók, mind a benyomáskeltés szempontjából fontos kiemelni ezen praxisok tervezett, szerkesztett jellegét. A mediatisált önreprezentációk alapvető eltérése az offline interakciós lehetőségektől éppen abban mutatkozik meg, hogy az infokommunikációs technológiákat jellemző aszinkronitását és mediális jellegét kihasználva lehetőséget kínálnak egyfajta kontrolláltabb performatív önmegjelenítésre.

Az online megjelenített identitás – legyen szó akár individuális, akár kollektív identitásról – szerkesztett, tervezett jellege az „önreprezentáció” helyett egyre inkább a „branding” (márkázás), illetve az „imázs” fogalmának használatát teszi alkalmazhatóvá a kapcsolódó diskurzusokban. Fehér Katalin (2014) Dan Schwabelre hivatkozva így fogalmaz:

(...) az internet, ezen belül is world wide web, s leginkább a közösségi média megjelenésével magunk is márkává váltunk (...) abban az értelemben, hogy mindenki egy ponton a nyilvánosság, a nyilvánosan elérhető, lenyomozható, megkereshető, megfigyelhető adatkészlet részévé válik – még akkor is, ha nem ez volt az eredeti szándéka (Fehér, 2014: 139).

Ahhoz azonban, hogy pontosabban érthetővé váljon, mindenképpen át kell tekintenünk azt a környezetet, mely az önreprezentációk kontextusát biztosítja. Ehhez szükséges röviden felvázolnunk a világháló térbeli aspektusaival kapcsolatos fontosabb jellemzőket. Különösen fontos ugyanis mindez a „láthatóság”, az interakció, a performativitás lehetséges eszközeinek szempontjából, melyek lehetővé teszik az egyéni és csoportos önmegjelenítéseket.

4.3.1. Az internet és a cyberspace metafora térbeli aspektusai

Az internettel kapcsolatos társadalomtudományos érdeklődés megnövekedése az 1990-es évek elején a világháló terjedésével kapcsolódott össze. Az új technológiai környezet megragadhatóságához számos szerző (többek között Hakken, 1999; 2003; Dogde – Kitchin, 2001; Armittage – Roberts, 2002) nyúlt a science-fiction egyik almfajában, a cyberpunk irodalomban megjelenő *cyberspace* (kibertér) metaforájához. A William Gibson (2005 [1984]) által popularizált fogalom használatbavételét többek között az az újdonságélmény indokolta, mely a hálózatba kapcsolt számítógépek globális rendszerének potenciális lehetőségeit – korábbi tapasztalatok híján – felmérhetetlenné tette. Másrészt a kibertér terminusának bevonása magával hozta a térrel kapcsolatos koncepciók beemelését egy, a fizikai térre emlékeztető, ugyanakkor attól független, technológiai eszközök által létrehozott térbe.

A kibertér ugyanakkor nem pusztán a társadalomtudományos perspektívák szempontjából volt jól használható kifejezés - az új technológiák forradalmi jellegét hangsúlyozó, az információsza-badság eszménye köré szerveződő individuumok számára a kibertér leválasztása a materiális térről az attól való függetlenedés lehetőségét foglalta magában (lásd Barlow, 1996). A kibertér fogalom használata e tekintetben a hagyományos társadalmi keretekkel (különösen pedig a kapitalista gazdasággal) szembeni állásfoglalás részeként volt működtethető.

A kibertér gibbon-i megfogalmazása ugyanakkor csak nagyon korlátozottan olvasható rá az infokommunikációs hálózatok valódi tapasztalataira. Gibson megfogalmazásában a cyberspace:

Közmegegyezésre épülő hallucináció, melyet minden országban törvényes felhasználók milliárdjai tapasztalnak meg naponta (...) Az emberi világrendszer összes számítógépének tárolóinak származó adatok grafikus megjelenítése. Hihetetlen össze-tettségek. Az elme nem-terébe nyújtózó fényvonalak, adatgalaxisok és adatcsillagzatok. Mint a távolodó városi fények... (Gibson, 2005: 51.).

Az illeszthetőség elsődleges korlátját a térbeliség jellege, és technológiai megjelenítése képezi. A gibson-i cyberspace leginkább a számítógépek által generált, és virtuális valóság eszközök segítségével érzékelhetővé tett „mintha-tér”, melyben a térbeliséghez kapcsolódó fizikai tapasztalatokat (mélységérzet, tömegszerűség, perspektíva) a technológiai eszközök által generált adatok helyettesítik. Ez összecseng Micheal Heim *virtuális valóság* meghatározásával:

A virtuális valóság egy olyan technika, amelyik, azáltal, hogy alapvető érzéki benyomásokat valamilyen számítógép által előállított és szolgáltatott adatokkal helyettesít, elhítheti az emberrel, hogy valójában egy másik helyen tartózkodik. (...) A virtualitás „mintha” minősége gyakorlati valósággá válik, amint a virtuális világ munkaterületté válik, a felhasználó azonosul a virtuális testtel, valamint értelmesnek érzi egy virtuális közösséghez való tartozását. A virtuális valóság definíciója három kulcsfontosságú tényezőt tartalmaz: a belemerülést, az interaktivitást, és az információs intenzitást (Heim, 1998, idézi Ropolyi, 2006: 100.).

A cyberspace metafora alkalmazhatósága ugyanakkor kiemeli a térrel kapcsolatos fizikai tapasztalatok meghatározó szerepét a tájékozódásban, az egyéni, és társas tevékenységek kontextualizálásában. A fizikai tér elrendezettségének, szervezésének logikája – mesterséges voltából adódóan – érzékelhetően visszaköszön a kibertérben (például saját geográfiájában, építészeti logika szerint szerkesztett tereiben), illetve a fizikai térben megszokott irányoknak (fent, lent, balra, jobbra) valós szerepe van a tájékozódásban. Az Internet tereinek szerveződése azonban elszakad a fizikai valóságban szükséges lokalizálhatóság formai kötetlenségeitől – a fizikai referenciával rendelkező fogalomhasználat az online praxisokban (például: felmegyek, letöltöm) pusztán absztrakcióként olvasódik rá a felhasználó gyakorlatára.

A kibertér fenntartja a távolság érzékelésének látszatát - ezzel is alátámasztva saját térszerűségét - a távolságok leküzdése pedig valamiféle mozgásélményhez, folyamatossághoz kapcsolódik. Ahogyan arra Dodge és Kitchin (2001) is rámutat azonban, a cyberspace metaforájával megragadott internet ugyanakkor nem egyetlen, folyamatosnak tűnő tér, hanem töredékes, szegmentált helyek összekapcsolódása - különálló weboldalak, alkalmazások összessége. Az egyes helyek közötti távolság irreleváns, hiszen a helyváltoztatás ugrásszerű, (a hálózat technikai jellegzetességeitől függően) csaknem azonnali, és nem kelti a mozgás érzetét.

A kibertér tehát - már Gibson elképzelésében is - azzal válik kezelhetővé, „belakhatóvá”, értelmezhetővé, hogy a fizikai valóságban tapasztalt tér struktúrái köszönnek vissza - az alapvető tapasztalattól idegen, mesterséges technológiai környezetet rokonítja (és egyúttal a valósághoz hasonlatossá teszi) a fizikai realitásokhoz. A térben való megjelenés - szemben a fizikai környezettel - nem adott, hanem minden esetben intencionált, és mindig valamilyen technológiai közvetítő eszköz (médiium) segítségével, információforgalmazás eredményeként valósul meg.

Fentiek alapján a kibertér elsősorban a virtuális valóság technológiai beágyazottságú fogalmával mutat rokonságot, addig a döntően mediális reprezentációkat egymáshoz kapcsoló internet inkább a valós (vagy valósággá vált) virtualitás elméletéhez közelíthető. Döntő különbség mutatkozik a térbeliség tapasztalatának felhasználása tekintetében is: míg a cyberspace tere a materiális tér logikája alapján (elsősorban pedig a Lefebvre [1974] által *elgondolt térként* hivatkozott mentális leképeződések mentén) szerveződik, addig a világháló felülírja a térbeliséghez kapcsolódó tapasztalatokat a hozzáférhetőség, illetve elérhetőség állapotaival, s a térkonceptiók csak absztrakcióként jelennek meg a felhasználói gyakorlatok leírása kapcsán. E különbségek fontosnak tekinthetők az önreprezentáció szempontjából is, hiszen az interakciók technológiai kontextusának adottságai döntően befolyásolják az önreprezentáció során igénybe vehető eszközöket, és választható stratégiákat.

4.3.2. Online önreprezentáció a világhálón

Az világháló egyaránt teret nyit a fizikai referenciával rendelkező önreprezentációk, illetve az itt kialakuló, a hálózati terek határain túl mindössze koncepcióként létező identitások megjelenítésének. Az adott reprezentációs környezet által biztosított lehetőségek nem csak a létrehozható önreprezentációk komplexitását befolyásolják (a felhasználói névtől, a tartalmak széles körét tartalmazó blogokon át, a *Second Life*⁹ személyre szabott avatarjaival bezárólag), hanem a reprezentált egyén, vagy közösség azonosíthatóságának fokát is. Az anonimitás eltérő fokainak biztosítása, a „láthatóság”, azonosíthatóság a hálózat adott kontextusára korlátozása lehetőséget ad az identitással kapcsolatos kísérletezésre, a reprezentáció szabadabb alakítására.

Az 1990-es évek kutatásai (lásd: Turkle, 1995; Bruckman, 1992) például MUD-okon¹⁰ megjelenő az identitásjátékkal – a hálózatban reprezentált, a fizikai valóságtól eltérő identitásokkal – kapcsolatban arra a következtetésre jutottak, hogy az online terek afféle játszótérként, vagy színpadként szolgálnak a felhasználók számára, ahol felfedezhetik saját identitásukat részben az interakciókban, részben offline életüktől eltérő szerepek felpróbálásában. A hangsúly a felfedezésen, a kísérletezésen volt. Az internetet elsősorban az önreflexió lehetséges eszközeként próbálták leírni. A testtől, és hozzá kapcsolódó társadalmi megkötésektől megszabadult individuum egy új térben fedezhette fel önmagát. Érzelmi menedéket, támogatást, új közösségekhez való kapcsolódást remélhetett. Az így (re)prezentált identitások azonban nagyon

9 A Second Life (<http://secondlife.com/>) a Linden Research Inc. által létrehozott virtuális világ, melyben a felhasználók szabadon alakíthatják ki saját önreprezentációjukat, környezetüket, kapcsolatokat építhetnek ki, etc. A Second Life – más népszerű virtuális világoktól eltérően – nem játéktérként, hanem elsősorban szociális térként működik.

10 A MUD (Multi-User Dungeon – közelítő fordításban: több felhasználós kalandjáték) a számítógépes hálózatokban játszható szerepjátékok egy korai, szöveg alapú formája. Ezen játékokban a szereplők önreprezentációi zömmel textuális reprezentációk voltak, bár az 1980-as évek derekán megjelentek úgynevezett grafikus MUD-ok is, amelyek a játékkörnyezet egyes részeit statikus grafikák beemelésével jelenítették meg. A hagyományos, szöveg alapú MUD-okban gyakorinak számított, hogy egy-egy résztvevő más korúnak, neműnek állította be magát, mint amilyen valójában.

is „helyhez” (leginkább webhelyhez, alkalmazáshoz, virtuális közösségek interakciós tereihez) kötöttek voltak (lásd: Dodge – Kitchin, 2000). Megjegyzendő azonban, hogy az utóbbi évek tapasztalatai azt mutatják, hogy az identitás-játék, a kísérletezés (és az átejtés) a hálózati kommunikáció azon szegmenseibe szorult vissza, ahol a felhasználó valós személyének azonosíthatósága, illetve az elvárt önreprezentáció foka alacsony (például nyílt csevegő alkalmazások, és fórumok).

Az online megjelenített individuális, közösségi, vagy szervezeti önreprezentációk legfontosabb megjelenési területei manapság a web 2.0 hatására popularizálódott hálózati alkalmazások – blogok, közösségi oldalak. Ezen interaktív, konceptuális terek egyrészt maguk is médiumokként működnek – információkat közvetítenek a közösség tagjai felé – másrészt pedig a széleskörű digitalizációból adódóan a technológiai környezet által nyújtott lehetőségekhez mérten alkalmasak különböző, a közösségi diskurzusok terén kívülről származó elemek (szövegek, képek, multimédiális tartalmak) megjelenítésére. Ezáltal a beemelt médiatartalmak – összekapcsolódva a megjelenítés sajátos szándékaival – részévé válnak a közösség önreprezentációjának akár preferenciák, kapcsolatok megjelenítéseként, akár potenciális diszkusszió-generáló referenciaként.

Hodkinson és Lincoln (2008) tinédzserek személyes blogjaiban megjelenő önreprezentációi kapcsán még virtuális hálósobákról beszél – olyan virtuális terekről, melyeket a felhasználók saját szándékaiknak megfelelően „rendeznek be”, majd alakítanak át (a tinik fizikai hálósobáihoz hasonlóan). A hálósoba megközelítésükben az első saját tér, melynél a hozzáférés szabályozható, és amely egyaránt szolgál az identitást, preferenciákat meghatározó elemek (trófeák, fényképek, posztterek) kihelyezésére (publikussá tételére), ugyanakkor a társadalomtól való elvonulás, az introverzió helye is. Ezen ismérvek alapján a szerzők hasonlóságot vélnek felfedezni a fizikai tér szerveződése, és a virtuális térben megjelenített önreprezentációk között. Hodkinson és Lincoln vizsgálata a térbeliség bekapcsolása mellett azért is érdemes az említésre, mivel elemzésüket nem korlátozták a blogokon megjelenő szövegekre, sokkal inkább arra voltak kíváncsiak, hogy használják ki, alakítják át a rendelkezésükre álló „helyet” saját szándékaiknak, preferenciáiknak megfelelően.

Mára ugyanakkor elmondható, hogy a közösségi oldalak (például a Facebook, vagy az Iwiw), és az új publikációs formák (mikroblogok, Twitter) széleskörű elterjedésével, valamint ezek egyre nagyobb arányú összekapcsolhatóságával (a tartalmak kölcsönös aggregálhatóságával) az online önreprezentáció egyre jobban elveszíti „helyhez kötöttségét”. Pontosabban az egyes identitást reprezentáló elemek „kihelyezhetők” különböző kommunikációs színterekbe, melyek között igény szerint kialakíthatók, vagy felbonthatók a kapcsolódások. A kibertér Dodge és Kitchin (2001) által is hangoztatott töredezettsége, az önreprezentáció elemeinek szétszórása a kölcsönös összekapcsolhatóság által mégis működtethető, kezelhető, felügyelhető egységekké áll össze. Az utóbbi évek tapasztalatai – különösen a közösségi oldalakkal kapcsolatban – arra is rámutattak, hogy a felhasználók nem feltétlenül alakítanak ki más, „valós” identitásuktól döntően eltérő online reprezentációkat. Nem is feltétlenül beszélhetünk egymástól elválasztható online, illetve offline identitásokról. Fehér (2014) Pintér Róbertet idézi:

(...) egyetlen identitás van, ami offline és online színtereken is megjelenik és konstruálódik. Tehát nem digitális identitásról beszélünk, hanem az identitás digitális reprezentációjáról és kölcsönös, online interakciókban való folyamatos konstruálódásáról (Fehér, 2014: 140–141.).

Az online önreprezentáció tehát felfogható egyfajta performanszként, mely az offline, fizikai testhez kapcsolódó identitás mediális térben való megjelenítése az adott térben használható eszközökkel. Azt azonban mindenképpen ki kell emelnünk, hogy a hálózati önreprezentációk az esetek túlnyomó többségében élnek a benyomáskeltés terén rendelkezésre álló lehetőségekkel, és a felhasználók hajlanak önmaguk egyfajta tökéletesebb, idealizáltabb változatát megteremteni a világhálón (Papacharissi, 2011; Turkle, 2012).

Természetesen az egyéni önreprezentációk tapasztalatai nem feleltethetők meg maradéktalanul a közösségek önreprezentációs gyakorlatainak. Utóbbiak esetében például az egyéni szándékok primátusa helyett a közös diskurzusban kialakult álláspontok,

vagy az adott közösség felmutatható hagyománya (például korábbi eseményekre, esetleg külön meghatározott viselkedési formákra való hivatkozások) játszanak kiemelt szerepet a koherencia kialakításában. Ugyanakkor a reprezentáció elemeinek „szóródása”, a fizikai terek szervezésére visszautaló online kontextus alakítása, változtatása e területen is kimutatható. Ugyanakkor arról sem feledkezhetünk meg, hogy adott közösség önreprezentációt végső soron individuumok készítenek, akik a közösségről való tudásaik, médiatapasztalataik, technikai kompetenciáik, és nem utolsósorban saját szándékaik és preferenciáik fényében hozzák létre az egyes tartalmakat, vagy írják meg hozzászólásaikat.

Az online terekben, felületeken megjelenített identitások minden esetben szándékoltak, tudatosak – önreflexív performanszok eredményeként jönnek létre a korábbi társadalmi- és médiatapasztalatok függvényében. Míg előbbi az önreprezentáció, a benyomáskeltés szempontjából fontos elem, utóbbi a rendelkezésre álló lehetőségek, csatornák, médiaműfajokkal kapcsolatos ismeretek segítségével teszi lehetővé a felhasználó számára, hogy kihasználja az adott technológiai közeg lehetőségeit.

Irodalomjegyzék

ARMITAGE, JOHN – ROBERTS, JOANNE (szerk.) (2002): *Living with Cyberspace - Technology and Society in the 21st Century*. London – New York, Continuum.

BABBIE, EARL (1998): *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Debrecen, Balassi.

BARLOW, JOHN PERRY (1996): A Declaration of Independence of Cyberspace. Online elérhető: <https://projects.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html> (utolsó letöltés: 2011. április 14.)

BAUDRILLARD, JEAN (1985): *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor, The University of Michigan Press.

BRUCKMAN, AMY (1992): Identity-workshop : Emergent Social and Psychological Phenomena in Text-Based Virtual Reality. Online elérhető: <http://www.cc.gatech.edu/~asb/papers/identity-workshop.rtf> (utolsó letöltés: 2011. május 16.)

CASTELLS, MANUEL (2005): *A hálózati társadalom kialakulása*. Budapest, Gondolat – Infonia.

CASTELLS, MANUEL (2006): *Az identitás hatalma*. Budapest, Gondolat – Infonia.

DODGE, MARTIN – KITCHIN, ROBERT (2001): *Mapping Cyberspace*. London – New York, Routledge.

FEHÉR KATALIN (2014): Milyen stratégiák mentén épül fel a digitális identitás? *Médiakutató*, Vol. 15, no. 2, 139–154.

GIBSON, WILLIAM (2005): Neurománc. In: *William Gibson teljes Neuromác univerzuma*. Szeged, Szukits, . 7–217.

GILLMOR, DAN (2004): *We the Media – Grassroot Journalism by the People, for the People*. Sebastopol, O'Reilly.

GREGORY, DEREK – URRY, JOHN (szerk.) (1985): *Social Relations and Spatial Structures*. London, MacMillan.

HAKKEN, DAVID (1999): *Cyborgs @ Cyberspace? – An Ethnographer Looks to the Future*. London – New York, Routledge.

HAKKEN, DAVID (2003): *Knowledge Landscapes of Cyberspace*. London – New York, Routledge.

HARTMANN, MAREN (2007): A mítosz és metaforái: médiatársadalmi eszményképek. *Információs Társadalom*, Vol. 7, no. 4, 47–67.

HARVEY, DAVID (1999): *The Condition of Postmodernity – An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Cambridge – Oxford, Blackwell.

JENKINS, HENRY (1992): *Textual Poachers*. New York, Routledge.

JENKINS, HENRY (2008): Introduction: „Worship at the Altar of Convergence”. In: id. (szerk.) *Convergence Culture*. London – New York, New York University Press, 1–24.

KROTZ, FRIEDRICH (2001): *Die Mediatisierung kommunikativen Handelns*. Opladen, Westdeutscher Verlag.

LEFEBVRE, HENRI (1991 [1974]): *The Production of Space*. Oxford – Cambridge, Blackwell.

MANOVICH, LEV (2008): The practice of everyday (media) life. In: Lovink, Geert – Niederer, Sabine (szerk.): *Video Vortex Reader – Responses to YouTube*. Amsterdam, Institute of Network Cultures, 33–44.

MASUDA, YONEJI (1988): *Az információs társadalom mint posztindusztriális társadalom*. Budapest, OMIKK.

O'REILLY, TIM (2005): *What is Web 2.0*. Online elérhető: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> (utolsó letöltés: 2011. április 12.)

PAPACHARISSI, ZIZI (szerk.) (2011): *A Networked Self – Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. London – New York, Routledge.

ROPOLYI LÁSZLÓ (2006): *Az Internet természete*. Budapest, Typotex.

SOJA, EDWARD (1996): *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places*. Oxford, Blackwell.

TURKLE, SHERRY (1995): Identity in the age of Internet. In: Mackay, Hugh – O'Sullivan, Tim (szerk.): *The Media Reader: Continuity and Transformation*. London, Sage, 287–305.

TURKLE, SHERRY (2012): *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York, Basic Books.

VAN DIJK, JAN (2006): *The Network Society*. London – Thousand Oaks – Új Delhi, Sage.

WEBSTER, FRANK (1995): *Theories of the Information Society*. London – New York, Routledge.

WELLMAN, BARRY (2004): The three ages of internet studies: ten, five and zero years ago. *New Media & Society*, Vol. 6, no. 1, 123–129.

WILLIS, PAUL (1990): *Common Culture*. Milton Keynes, Open University Press.